



Amélias e Carries Bradshaw: a transformação do mesmo e a permanência do novo

Ana Rosa da Silva Carrara¹

RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar e divulgar como é construída a imagem das mulheres no meio de comunicação pelo qual elas mesmas mais se informam: as revistas femininas. A pesquisa discutirá - a partir de uma análise comparativa de publicações com público-alvo de classes sociais distintas - como se diferencia a abordagem quando se fala em mulheres de classe alta e classe baixa. Além de observar como estas construções influenciam as dinâmicas e os papéis sociais nos quais as mulheres são incluídas ou excluídas na modernidade.

Palavras-chave: Revistas femininas, gênero, classes sociais, mulher, jornalismo.

Introdução

Assim como algumas pesquisadoras já o fizeram – destaca-se no contexto nacional Dulcília Schoroeder Buitoni que analisou as publicações femininas do século XX (até 1980) - a forma com a qual as revistas femininas delineiam as mulheres em suas páginas, indiscutivelmente influencia este público sobre a maneira com que elas figuram na sociedade.

Os objetos desta análise serão duas publicações direcionadas à mulheres de classe alta – Marie Clarie, editora Globo e Nova - Cosmopolitan, editora Abril - e duas direcionadas à mulheres de classe baixa – Ana Maria, editora Abril e Malu, editora Alto Astral.

¹ Graduanda de Comunicação Social, habilitação em jornalismo, da Universidade Anhembi Morumbi.

Com essa delimitação de publicações direcionadas a classes sociais diferentes será possível verificar as diferentes formas de construção da imagem das mulheres e como elas se relacionam com os papéis sociais que suas leitoras desempenham no meio em que vivem.

Considerando-se que a relação entre classes sociais e gênero são fundamentais para esta análise, é indispensável observar o desenvolvimento das ideologias capitalista e patriarcal que alicerçam a ordem social vigente.

Segundo Rose Marie Muraro, no livro *A Mulher no Terceiro Milênio* (1992), não se tem com exatidão qual o período histórico do surgimento da dominação patriarcal. Mas os indícios são que datam do mesmo período em que se constituiu a divisão social do trabalho, sendo estas duas, estruturas sociais vinculadas.

Marx e Engels foram, contudo, os mais importantes pensadores de século XIX a analisar este tema. Em primeiro lugar, afirmam que a divisão sexual do trabalho dava origem a uma divisão social do trabalho, que por sua vez, levou a especialização... Nesta época o sexo feminino é também dominado, e a mulher fica reduzida ao âmbito do privado, a fim de fornecer maior número possível de filhos para arar a terra e defender a terra e o Estado. A competição, pois, pelas mulheres, pelos excedentes e pela propriedade foi pouco a pouco dando origem à supremacia masculina e a uma cultura competitiva. (MURARO, 1992: 62)

Com isso, o tratamento do mundo privado da casa e da família como um mundo feminino é “naturalizado”, e as características de delicadeza, fragilidade, emotividade são dimensionadas como femininas, deixando a racionalidade, força e coragem aos homens, “naturalmente” nascidos para desbravar o mundo público onde acontecem as relações de poder.

Já a constituição do capitalismo, segundo MURARO (1992) é bem definida. A revolução industrial, preparada durante o Renascimento, responsável pela industrialização do processo produtivo, é o momento histórico do surgimento e desenvolvimento do sistema capitalista de produção.

O aparecimento do capitalismo se dá, pois, em condições extremamente adversas à mulher. No processo de individualização inaugurado pelo modo de produção capitalista, a mulher contaria com uma desvantagem social de dupla dimensão: no nível superestrutural era tradicional uma subvalorização das capacidades femininas traduzidas em termos de mitos justificadores da supremacia masculina e, portanto, da ordem social que a gerara; no plano estrutural, à medida que se desenvolviam as forças produtivas, a mulher vinha sendo progressivamente marginalizada das funções produtivas, ou seja, periféricamente situada no sistema de produção (SAFFIOTI, 1969: 39)

No fortalecimento do sistema capitalista, a integração das mulheres no processo produtivo tornou-se indispensável para o bom andamento deste, podendo ser exemplo dessa integração a necessidade de elevação da produção, ou ainda, os momentos de guerra em que os homens eram direcionados as batalhas e as mulheres à produção.

No entanto, essa inserção nunca foi de igualdade de condições entre homens e mulheres assim como relata SAFFIOTI (1969) na obra, *A Mulher na sociedade de Classes*, a diferença salarial, a falta de direitos e as especificidades das mulheres não atendidas percorreram a história das mulheres trabalhadoras e algumas dessas desigualdades persistem ainda hoje.

Problematizar aspectos históricos e sociais da vida das mulheres nesta sociedade colabora para o entendimento do contexto em que as publicações a serem analisadas são elaboradas e que tipo de lógica elas seguem para constituir seus conteúdos.

O capitalismo que instalou-se tardiamente no Brasil, se acirra rapidamente, influenciando na vida de homens e mulheres. Seu desenvolvimento intensifica as desigualdades e as características de sociedade competitiva. João Manuel Cardoso Mello e Fernando A. Novais em *Capitalismo tardio e sociabilidade moderna*, que compõe o livro *História da vida privada no Brasil – Contrastes da intimidade contemporânea* (2001), observam a dinâmica do capitalismo como construtor de características ditas da "modernidade":

Chegamos enfim ao paradoxo: o tão decantado individualismo leva ao esmagamento do indivíduo como pessoa. Competição selvagem, implacável, diuturna, do consumo exacerbado, do narcisismo, que aparece no “culto do corpo”, na obsessão pela saúde, no medo da velhice, no pânico da morte, na identificação com todos os que conseguiram se subtrair, pela fama, ao rebanho. (NOVAIS e MELLO, 2001:656)

As revistas femininas não são e nem podem ser apartadas dessa relação, fazem parte de uma mídia que para se manter como mercadoria lucrativa na sociedade atual, se integra nestes ideais e exerce a função essencial de formadoras de opinião, fortalecendo esta lógica. Numa sociedade onde as desigualdades se tornam cada vez mais latentes, o conflito social entre classes e entre gêneros, é uma reação bastante esperada, e na negação destes conflitos as revistas femininas têm função primordial, a manutenção dos padrões sociais nos moldes em que se encontram.

De papel em papel, a imprensa feminina brasileira colabora para a mitificação e a mistificação do ser feminino, ajudando a manter os padrões....Dos papéis usados para impressão, aos papéis atribuídos à mulher, chega-se ao papel da imprensa feminina – diluir os conflitos sociais.(BUITONI, 2009:200)

As revistas femininas não só representam em suas páginas os papéis sociais das mulheres, mas também explicam e legitimam este conteúdo relatado. Relatado, pois é exatamente esta a linguagem utilizada, a narrativa, em níveis diferentes para classes altas e baixas, mas presentes em todas as publicações em questão.

A pessoalidade de tratar a leitora de “você” e a relação de amizade é recorrente. Em muitas das seções a relação de “dar uma dica à amiga” é visível, principalmente quando se toca em assunto ligados ao cuidado pessoal.

Quais assuntos interessam as mulheres?

Se fossem utilizadas as revistas Ana Maria e Malu para responder a esta pergunta, a resposta seria culinária, família e dieta. Sendo estes três temas de seções permanentes das duas revistas.

É perceptível a legitimação da mulher dona de casa, mãe e esposa, estes considerados papéis básicos das mulheres em nossa sociedade, que como já citado, tem sua base no patriarcado, que define o espaço privado da casa, como um espaço feminino. “Na imprensa feminina a mulher está, metafórica e metonimicamente, ligada aos papéis sociais básicos: dona de casa, esposa, mãe”. (BUITONI, 2009:197)

Da amostragem selecionada para a pesquisa, isto é, um total de 9 edições de cada uma destas publicações, todas contêm um suplemento de receitas culinárias. Essa vinculação íntima da revista para as mulheres e receitas culinárias simbolicamente atribui às mulheres a responsabilidade de cozinhar. E não só cozinhar o trivial, mas ser uma eximia cozinheira, com grande habilidade, com a ajuda da revista, de satisfazer os desejos e apetites de toda a família.

Além dessa abordagem direta do dever culinário, há ainda, no interior da revista a função de cuidadora do lar e da família. A temática filhos é bastante comum, desde “Violência na escola” “Vacinas para prematuros” até “Minha filha namora um ex-viciado em drogas. Estou preocupada, mas quero que ela seja feliz”, 13 ideias para seus filhos ter férias mágicas. Desde as mães dos filhos recém chegados até as mães com sua prole na puberdade, todas recebem dicas de como exercer a função de zelar a família. O tema

principal são os filhos, mas alguns outros temas, considerados polêmicos esporadicamente são trabalhados como gravidez na adolescência e violência doméstica.

A temática saúde preenche grande parte destas revistas. Insônia, Menopausa, Saúde íntima, hipertensão, problemas cardíacos, entre outros. Isso estimula ainda mais o lado do cuidado com os parentes como sendo uma tarefa destas mulheres.

Contraditoriamente, em todas as publicações de Ana Maria e Malu analisadas, que estimulam a realização de um cardápio elaborados e invariavelmente bastante calóricos, também cede espaço e expressão bastante significativos ao assunto dieta. Destaque de capa em quase todas as edições.

Percebe-se aqui que o "culto ao corpo", comentado por Anne-Marie Sohn em *História do corpo* (2008) tem um apelo contundente nas classes mais baixas. A necessidade de se manter nos padrões estéticos torna-se uma necessidade e chamadas como “*Dieta certa para 20, 30, 40 anos*” e “*4 pratos rápidos que secam 3kg em 7 dias*” estimulam esta tarefa.

Quando Ana Maria e Malu citam relacionamento, a abordagem muitas vezes é a forma de se manter uma relação, a partir disso, pode-se entender que a referência é a uma mulher casada ou que mantém relacionamento estável com um homem.

Há a referência da mulher no mercado de trabalho e relação com administração de dinheiro, mas feito de forma muito superficial, muito ligada ao comportamento no local de trabalho e o dinheiro doméstico, como se o mundo do trabalho e econômico não fosse parte significativa dessas mulheres.

É reafirmada a posição de gênero na construção da família em moldes burgueses, um núcleo com um homem provedor, uma mãe responsável pelo mundo doméstico e a prole. Reafirmando a vida de Amélia dessas mulheres de classe baixa.

As publicações Marie Clarie e Nova trazem outras construções da figura da mulher. Ambas em seus slogans demarcam as qualidades de sua leitoras:

"Marie Clarie - Chique é ser inteligente";

"Nova - Na bolsa de toda mulher poderosa";

Os slogans transmitem certas apropriações do mundo público, citam inteligência, poder considerados atribuições masculinas pelas sociedades patriarcais (MURARO, 1992), vê-se aí a transgressão de alguns valores sociais conservadores.

No caso dessas duas revistas voltadas à mulheres de classe alta, não há uma linha em comum em muitos dos temas, principalmente no tocante do seu público-alvo, que mulher elas pretendem atingir?

No caso de Marie Clarie, que tem uma referência constante ao luxo, demarca a mulher com vida financeira estável, há reportagens que mostram casamentos bem sucedidos e felizes. Não se toca em temas domésticos como culinária, mas filhos é um tema abordado nas entrevistas com celebridades ou personalidades, diferente de Ana Maria e Malu, não há dicas de como gerir e realizar as tarefas do lar.

Moda e beleza são os temas que ocupam o maior número de páginas em Marie Clarie. A base com a cobertura perfeita, a saia que será tendência na próxima estação, o creme anti-ruga milagroso, o tratamento de pele eficaz, a sombra azul hit do inverno e as criações dos maiores estilistas. Exemplo disso são matérias como "*O inverno é violeta*", "*Charme vintage*", "*A dieta que deixa você jovem e magra*".

Tudo isso de forma muito efêmera, pois de mês em mês as revistas se remontam e com as novas mercadorias criam-se novos desejos em suas leitoras. A dieta também é tema cotidiano, mas com menos expressividade que moda e beleza.

O consumo em Marie Clarie é vinculado a todos os demais assuntos. Na seção Shopping é possível encontrar um sapato que custam cerca de 5 salários mínimos atuais, como o ankle boot de couro de arraia da marca Animale no valor de R\$ 2.490,00. Esse produto aparece na edição de junho de 2010, um luxo acessível a poucos em nossa sociedade atual, na realidade, um luxo nada acessível a grande parte da população, onde pode-se incluir uma fração das leitoras desta revista.

Em diversos temas observa-se que há necessidade que a leitora de Marie Clarie seja minimamente informada e conheça algo do mundo cultural. Em entrevistas, como da cineasta Laís Bodanzky que conta sua trajetória e como é trabalhar em um set de filmagem ou da estilista Glória Coelho que fala de cabala, astrologia e física quântica não são detalhados princípios básicos destes assuntos, daí a necessidade de conhecê-los.

A Nova Cosmopolitan, em seu nome já demarca o lugar urbano e moderno de sua leitora, que é assim representada como a nova mulher. Com uma forte referência a mulheres solteiras, a grande parte de artigos referentes a relacionamento falam da conquista. Quase não se aborda o tema filhos e assuntos domésticos não aparecem.

Sexo é o que tem maior destaque em todas as capas de Nova. E não apenas expressividade nas capas mas na elaboração de todo conteúdo da revista. A liberação

sexual é amplamente trabalhada nas páginas de Nova. A sexualização em sua abordagem permite até uma seção de fotos sensuais de homens e outra de contos eróticos. O orgasmo é um tema livre, as relações descompromissadas e a não necessidade do casamento também. Todo isso circunscrito nos assuntos moda e beleza.

Assim como em Marie Clarie, pode-se encontrar em Nova o perfil da mulher consumidora, com uma diferença, o mundo do trabalho, carreira nesta publicação tem expressividade. Há sempre uma reportagem tratando de desenvolvimento no trabalho, promoção ou mesmo relacionamentos amorosos em local de trabalho.

Já não se tem aqui a legitimação das mulheres do mundo privado, elas são essencialmente consumidoras, tanto em Marie Clarie como em Nova. O foco é a criação de necessidades estruturada pelas seções de moda beleza.

Mas mesmo com a independência financeira, a liberação sexual e autodeterminação de mulher poderosa (o slogan de nova diz: Na bolsa de toda mulher poderosa) se tem resquícios do conservadorismo, como na matéria de Nova intitulada "*Quero um homem rico pra chamar de meu*".

O que vai ao encontro da personagens de minissérie de maior notoriedade em Nova e Marie Clarie, *Carries Bradshaw de Sex in the city*. Colunista bem sucedida de Nova York, que gasta fortunas com roupas e sapatos e está sempre em busca de um novo relacionamento. Ao mesmo tempo que a mulher ocupa o espaço público e conquistam direito, se mantém, em proporções diferentes do que foi, a desigualdade entre os gêneros.

A revolução burguesa no Brasil permitiu que as mulheres de classes urbanas médias e altas contestassem o privilégio masculino... as reformas legais concederam direitos de cidadania às mulheres, ao mesmo tempo que lhes ofereceram "proteção" que assegurava a continuidade das discriminação. (BESSE,1999:318)

Culto ao corpo

Moda, beleza, dieta, tudo a serviço da busca pelo corpo perfeito. A estética, sendo ela do físico ou os componentes que ornem este físico, ganha em todas as publicações analisadas espaço bastante relevante. Em Ana Maria e Malu a ampla expressão que tem a dieta é o grande exemplo do culto ao corpo nas publicações direcionadas as classes baixas.

De 18 edições dessas duas publicações juntas, 17 tem como destaque de capa uma matéria a respeito de métodos para perder peso, reduzir medidas ou o inchaço do corpo. A busca por um padrão de estrutura física abrange essa faixa social de modo bastante

peculiar, as dietas que são publicadas possuem modos caseiros ou são acessíveis financeiramente. No entanto o padrão de corpo ideal é um parâmetro pouco plausível para grande parte da sociedade.

Já em Marie Clarie a estética é abarcada principalmente pela Moda e beleza, nesta última considera-se maquiagem, cosméticos, tratamentos estéticos, entre outros. Todos os quesitos com o apelo ao consumismo muito forte. O luxo e a modernidade permeiam todas as páginas das revistas, ditando as tendências e formas adequadas para se vestir, maquiar além claro da estrutura corporal. Elegância é umas das palavras mais utilizadas para qualificar algo, não há a sexualização explícita de corpos e sim uma insinuação de fragmentos do corpo feminino.

Diferente do que acontece na revista Nova, o recuo ao pudor, teorizado em A história do Corpo – O corpo sexuado (2008) é mais visível e latente. As mulheres que ilustram as capas da revista Nova são um grande exemplo da forte sexualização dos corpos femininos nesta publicação.

Sempre em poses insinuantes, com roupas provocantes e produção de maquiagem e penteado sensualizados, as capas de Nova retratam a sexualização exacerbada que seu conteúdo traz. A construção da sedução nos corpos das mulheres é minunciosamente relatado e estimulado nas edições de Nova.

O lado positivo dessa abordagem é que desvincula a sexualidade das mulheres à maternidade, tornando-as mais libertas quando o assunto é sexo. Um dos fatores históricos importante para que esse processo se desencadeasse, foi o surgimento dos contraceptivos, que pode ser considerado um dos impulsionadores da revolução sexual.

Não pode-se afirmar que essa conquista se deu de forma igualdade entre homens e mulheres, mas é fato que o direito ao prazer já faz parte do universo feminino. Outra constatação importante para o entendimento da representação de mulher feita na revista Nova, é que as mulheres integram muito o amor e a afetividade ao sexo, essa relação é observada nas demais revistas analisada, pouco se fala em sexo em Ana Maria e Malu sem se citar afetividade, Marie Clarie relata casamentos bem sucedidos que imprimem a relação amorosa bem sucedida de suas leitoras. A satisfação masculina quanto a essas mulheres é abordado como algo que deve ser sempre conquistado e mantido.

Isso fica explícito em frases como "*O segredo para ter os homens a seus pés é justamente o contrário: ser uma menina má*", "*Para garantir que o homem vai querer conhecer você melhor, não custa nada dificultar o trabalho dele*" ou "*Ir para a noite com*

aquele vestido bacana, o salto chiquérrimo e a maquiagem sensual não basta. A cabala ensina que para encontrar a sua outra metade é preciso estar bem e fazer bem". Percebe-se que toda a construção do feminino nestas mulheres fica a cargo da aceitação masculina, a realização dos desejos destes homens.

Entretenimento

Outra forma de observar a diferenciação das revistas a partir da classe social a qual elas são direcionadas é o entretenimento, isso é, observar como é retratado o mundo de lazer das mulheres nestas revistas.

Em Malu e Ana Maria, as publicações voltadas as classes baixas, são poucas as reportagens que fala de cultura ou arte, viagens ou lugares de divertimento. Isso fica a cargo das novelas, em todas as edições as revistas trazem o resumo da semana das novelas. A forma como as revista lidam com o entretenimento, **lazer e cultura** também diz muito sobre a imagem que querem demarcar e o espaço que as mulheres devem ocupar, neste caso o mundo privado, de um entretenimento que se realiza dentro de casa e não se necessita de repertório cultural aprofundado para seu entendimento é hegemônico. Aliás as novelas tratam muito do cotidiano, dos valores e morais sociais, o que colabora para que suas telespectadoras absorvam este conteúdo.

Marie Clarie e Nova a relação com a arte e cultura é diferente. Voltada para um público de poder aquisitivo maior, estas revistas falam mais do mundo cultural e do divertimento. Marie Clarie mantém uma seção que traz fotos relacionado a algum assunto, essa abordagem instiga o lúdico a interpretação das leitoras, um mundo plural e diverso do cotidiano real das leitoras. Além de falar de música e cinema, principalmente sobre lançamentos e de artistas que se despontam nestes cenários

As viagens também é mais acessível. são realizadas reportagens sobre lugares para serem conhecidos por todo o mundo, seus costumes e especificidades.

Nova também possui uma abordagem mais voltada ao mundo público. bares, casas noturnas, restaurantes, viagens, tendências da música, filmes são assuntos bastante trabalhados na publicação. Principalmente os dois primeiros assuntos, bares e casas noturnas, o que demonstra o caráter de revista voltada a mulheres solteiras, sendo estes locais para se divertir, mas acima de tudo para flertar e conquistar um paquera, namorado e quem sabe até um marido.

Na contramão

Algumas das reportagens realizadas pelas revistas analisadas mostram, no entanto, um outro lado de seu trabalho, mais preocupado com a função real do jornalismo de informar. Assuntos que fazem parte da conjuntura e que mostram as dinâmicas sociais como elas se dão são tratadas nestas revistas também.

Marie Clarie traz a reportagem "*Escravas da moda*", sobre direitos humanos, que retrata a dura realidade de mulheres que trabalham em confecções em condições precárias de trabalho e moradia, mostrando o outro lado do mundo da moda. Traz ainda, depoimento de trabalhadoras, as relações com os donos das confecções e a situação a qual uma pessoa se submete para conseguir sobreviver.

Outro exemplo interessante é a reportagem "*Adoção por homossexuais*" da revista Malu. Que trata de uma decisão do Supremo Tribunal de Justiça quanto a este direito e como se dá na prática esta relação das crianças adotadas por casais homoafetivos.

A revista Ana Maria por sua vez tem uma abordagem do mundo do digital importante. Levando-se em consideração os dados da pesquisa do Instituto Perseu Abramo e o SESC de 2010, *Mulheres brasileiras e gênero nos espaços públicos e privados*, que mostra que 43 % das mulheres no Brasil nunca tiveram contato com a internet, uma revista feminina, trabalhar a internet como uma seção, mostra uma contribuição para a inclusão digital.

São exemplos pontuais, mas que transparecem que há a possibilidade de fazer um bom jornalismo neste tipo de publicação, que tenha uma construção da imagem da mulher mais realista, mostrando as qualidades e os defeitos destas mulheres e da sociedade as fazendo refletir sobre o contexto em que vivem.

Conclusão

Os padrões de identidades sociais nos quais as mulheres são inseridas, baseiam-se na construção destas identidades no meio de comunicação pelo qual elas mais se informam, as revistas femininas.

Percebe-se que o *conservador* e o *transgressor* dividindo o mesmo espaço, os velhos conceitos são reestruturados e reformulados e a busca pelo novo, pelo moderno se incorpora nas necessidades destas mulheres.

A reestruturação acontece também com as ideias patriarcais. As desigualdades de gênero não são superadas e sim modificadas. O mundo privado continua sendo o espaço prioritariamente feminino e o público masculino. Os papéis sociais de gênero foram modernizados dentro dessa lógica e não democratizados, chegando-se a equidade, como seria de se desejar.

Segundo a autora BESSE (1999), essa manutenção tem a finalidade de colaborar para a permanência da sociedade em classes e mascara a dominação do gênero masculino sobre o feminino.

Se fortalece nas revistas voltadas à mulheres da classe baixa, o dona de casa e nas revistas voltadas as classes altas a mulher consumidora, não que uma caracterização exclua a outra, mas são as predominantes em cada uma destas publicações.

A criação de novas necessidades e a manutenção de padrões de vida cada vez mais elaborados faz com que as mulheres sejam parte relevante da manutenção do sistema capitalista saudável e se desenvolvendo, por isso até, as mulheres foram incorporadas ao mercado de trabalho, como relata a historiadora Helleieth Saffioti em *A Mulher na sociedade de classes* (1969).

Por sua vez, a mulher como responsável pelo mundo doméstico abarca a conservação das vidas humanas, que são também força trabalhadora. Uma vida que deveria ser responsabilidade de toda sociedade, torna-se um assunto particular, não sendo responsabilidade do Estado prover o que necessário a estas vidas. Com isso vale-se o Estado que não precisa desenvolver políticas públicas e o sistema capitalista que não precisa pagar por este trabalho realizado pelas mulheres no mundo privado, como Mauro Iasi constata no texto *Trabalho doméstico e valor* que integra o livro *Ensaio sobre consciência e emancipação* (2008).

A permanência das coisas da maneiras como elas são é estruturado pela transformação do velho para parecer novo e a utilização da busca pela novidade para manter o velho que foi maquiado e remodelado. As mulheres que são mães, esposas, amantes, filhas, trabalhadoras, consumidoras são dialeticamente incluídas neste contexto e ao mesmo tempo marginalizadas, sendo apartadas de uma vida plena de mulher não só no papel, mas também no real.

Referências Bibliográficas

- BESSE, Susan. Modernizando a desigualdade: reestruturação da ideologia de gênero no Brasil. São Paulo. Editora da Universidade de São Paulo, 1999.
- BUITONI, Dulcéia Helena Schroeder. A mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira. São Paulo: Edições Loyola, 2009.
- BUITONI, Dulcéia Helena Schroeder. Imprensa feminina. São Paulo. Editora Ática, 1990.
- IASI, Mauro Luis. Trabalho doméstico e valor in Ensaio sobre consciência e emancipação. São Paulo, Editora Expressão Popular, 2008.
- MELLO, J. M. C.; NOVAIS, F. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna in: SCHWARCZ, L. M. (Org.). História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea. São Paulo: Cia. das Letras, 1998.
- MURARO, Rose Marie. A mulher do terceiro milênio. Rio de Janeiro. Rosa dos tempos, 1992.
- SAFFIOTI, Helleieth. A mulher na sociedade de classes: mito e realidade. Petrópolis, Editora Vozes, 1976.
- SOHN, Anne-Marie. O corpo sexuado in: CORBIN, Alain. (Org.). História do corpo V.3, Rio de Janeiro, Editora Vozes, 2008.

Documentos primários

- REVISTA ANA MARIA, Editora Abril, edição de 11 de junho de 2010.
- REVISTA ANA MARIA, Editora Abril, edição de 18 de junho de 2010.
- REVISTA ANA MARIA, Editora Abril, edição de 25 de junho de 2010.
- REVISTA ANA MARIA, Editora Abril, edição de 02 de julho de 2010.
- REVISTA ANA MARIA, Editora Abril, edição de 09 de julho de 2010.
- REVISTA ANA MARIA, Editora Abril, edição de 16 de julho de 2010.
- REVISTA ANA MARIA, Editora Abril, edição de 23 de julho de 2010.
- REVISTA ANA MARIA, Editora Abril, edição de 30 de julho de 2010.
- REVISTA MARIE CLARIE, Editora Globo, edição de maio de 2010.
- REVISTA MARIE CLARIE, Editora Globo, edição de junho de 2010.
- REVISTA MARIE CLARIE, Editora Globo, edição de julho de 2010.
- REVISTA MARIE CLARIE, Editora Globo, edição de agosto de 2010.
- REVISTA MALU, Editora Alto Astral, edição de 10 de junho de 2010.
- REVISTA MALU, Editora Alto Astral, edição de 10 de junho de 2010.
- REVISTA MALU, Editora Alto Astral, edição de 17 de junho de 2010.
- REVISTA MALU, Editora Alto Astral, edição de 24 de junho de 2010.
- REVISTA MALU, Editora Alto Astral, edição de 01 de julho de 2010.
- REVISTA MALU, Editora Alto Astral, edição de 08 de julho de 2010.
- REVISTA MALU, Editora Alto Astral, edição de 15 de julho de 2010.
- REVISTA MALU, Editora Alto Astral, edição de 22 de julho de 2010.
- REVISTA MALU, Editora Alto Astral, edição de 29 de julho de 2010.
- REVISTA NOVA, Editora Abril, edição de maio de 2010.
- REVISTA NOVA, Editora Abril, edição de junho de 2010.
- REVISTA NOVA, Editora Abril, edição de julho de 2010.
- REVISTA NOVA, Editora Abril, edição de agosto de 2010.
- REVISTA MALU, Editora Abril, edição de maio de 2010.